

## PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/151230>

Please be advised that this information was generated on 2017-12-05 and may be subject to change.

# Winkelen als bevrijding?

Vrouwen en stedelijke ruimte in Amsterdam, 1863-1913

JAN HEIN FURNÉE

*Shopping as Liberation?: Women and Urban Space in Amsterdam, 1863-1913*

In recent decades several historians have argued that the emergence of shopping as a leisure activity in the second half of the nineteenth century substantially enhanced women's freedom of movement in public spaces and promoted female emancipation in general. Based on urban descriptions and digitised newspaper articles on nineteenth-century Amsterdam – on its main shopping street, the Kalverstraat, in particular – this article takes a more nuanced stance. Shopping as a leisure activity was older in origin than is often assumed and to some extent was a male activity as well. While shopping, ladies encountered numerous factors that hampered their spatial mobility, from road debris, pawing, mugging, the presence of prostitutes to 'moral harassment' over exploited shop girls. Indeed, a single feminist framed the right to shop and to visit restaurants in an explicit discourse of 'liberation'. However, to argue that shopping promoted female emancipation in general would suggest a too linear and monolithic approach.

In de afgelopen decennia hebben diverse historici betoogd dat de opkomst van het winkelen als vrijetijdsbesteding in de tweede helft van de negentiende eeuw de uithuizige bewegingsvrijheid van vrouwen uit de gegoede standen aanzienlijk heeft vergroot en hun emancipatie zo belangrijk heeft bevorderd. Op basis van stadsbeschrijvingen en gedigitaliseerde krantenartikelen over winkelen in Amsterdam – in de Kalverstraat in het bijzonder – neemt dit artikel enig gas terug. Het winkelen als vrijetijdsbesteding had een oudere oorsprong dan vaak is verondersteld en was tot op zekere hoogte ook een mannenzaak. Winkelende dames werden op verschillende manieren in hun ruimtelijke bewegingsvrijheid belemmerd: door straatvuil, handtastelijkheden, straatroof, de aanwezigheid van prostituees of 'morele kwellingen' over uitgebuite winkelmeisjes. Zeker, een enkele feministe presenteerde het recht om ongestoord te winkelen en daarbij

restaurants te bezoeken expliciet in een discours van 'bevrijding'. Dat het winkelen de emancipatie van vrouwen in het algemeen vooruit hielp is echter te lineair en monolithisch gedacht.

Rosa Manus en haar deftige mede-organisatrices van de tentoonstelling 'De Vrouw 1813-1913' hadden de moderne tijd goed begrepen.<sup>1</sup> Als zij behalve hun trouwe achterban een breder publiek wilden interesseren voor hun feministische idealen, dan konden politieke strijdpunten als vrouwenkiesrecht, vrouwenonderwijs en vrouwenarbeid het beste worden gepresenteerd in de luchtige context van de vroegtwintigste-eeuwse vermaakcultuur. Plezierig genot verschaft de tentoonstelling in overvloed. In het restaurant en de theetent bijvoorbeeld, die door het oudste en chiqueste Amsterdamse restaurant Zomerdijk Bussink qua inrichting, menu en bediening als eerste klas restaurant werd geëxploiteerd<sup>2</sup>; of bij de muziekkoepeel waar dagelijks vrolijke lunch-, tea-, diner- en avondconcerten werden gegeven.<sup>3</sup> Maar natuurlijk vooral rond de elegante winkeltjes verspreid over het tentoonstellingsterrein.

In de half-overdekte winkelgalerij die het hoofdterrein domineerde konden bezoekers prettig beschut flaneren langs kleine winkeltjes in damesmodes, parfums, Singer naaimachines, hoedenspelden en korsetten, en kon men ook keukengereedschap, waxinelichtjes, chocola en bloemen kopen of een fotografisch portret van zichzelf laten maken.<sup>4</sup> Bij de afdeling 1813, waar een Oudhollands straatje was nagebouwd, konden bezoekers hun hart ophalen in schattige winkeltjes in porselein en aardewerk, zilverwerk en silhouetkunst of zich te goed doen aan suikerwerken, cacao en ijs, aangeboden door verkoopsters in bevallig vroegnegentiende-eeuws kostuum.<sup>5</sup> Zelfs in de tentoonstellingszalen stuitte de bezoekers op interessante

1 Graag dank ik de beide anonieme referenten en de redactie van *BMCN-Low Countries Historical Review* voor de nuttige en inspirerende suggesties bij de eerste versie van dit artikel.

2 Stadsarchief Amsterdam (SAA), Archief tentoonstelling 'De Vrouw 1813-1913' (Archief 'De Vrouw'), inv. nr. 48, Contract Vereeniging met handelsvennootschap onder de firma J. Zomerdijk Bussink, z.d.

3 Zie onder andere *Algemeen Handelsblad* (AH), 8 en 16 mei 1913; *Nieuws van den Dag* (NvdD), 31 mei 1913; *De Telegraaf*, 26 juni 1913. Vergelijk Maria Grever en Berteke Waaldijk, *Feministische openbaarheid. De Nationale Tentoonstelling van Vrouwenarbeid in 1898* (Amsterdam 1998) 141-147.

4 SAA, Archief 'De Vrouw', inv. nr. 48, Standaardcontracten nr. 17, 18, 20, 22, 23, 54, 58, 67, 100, 102, 138, 152, 153, 157, 162, 180, 194, 195, 267. De totale exploitatie-inkomsten voor deze winkels bedroegen fl. 9325. Zie AH, 1 maart en 31 mei 1913. Vergelijk Mia Boissevain, *Catalogus van de tentoonstelling 'De Vrouw, 1813-1913', 'Meerhuizen'-Amsteldijk: mei-october 1913* (Amsterdam 1913) 511 e.v.

5 SAA, Archief 'De Vrouw', inv. nr. 48, Standaardcontracten nr. 19, 65, 118, 178, 191, 192, 193, 264. De totale exploitatie-inkomsten bedroegen fl. 3850. Zie ook Boissevain, *Catalogus*, 120-127.



In de Kalverstraat, 's middags vier uur.

Litho Antoon Molkenboer, 1895.

Collectie Stadsarchief Amsterdam.

verkoopuitstallingen, van kinderspeelgoed tot huishoudlinnen en Maggi-producten.<sup>6</sup> Al deze winkeltjes plaatsten de serieuze tentoonstelling met haar ruim 300.000 bezoekers in de luchtige sfeer van een amusante bazar, in het bijzonder wanneer 's avonds de tentoonstellingszalen waren gesloten en de winkels op feeërieke manier waren verlicht.<sup>7</sup>

Voor de overwegend hoofdstedelijke winkeliers waren de voordelen om zich aan de tentoonstelling 'De Vrouw' te verbinden evident. Zij profiteerden van de verkoopomzet en de overvloedige reclame (ook in het programmaboekje en de weekkrant), maar bovenal van het progressieve, emanciperende imago van de tentoonstelling, dat direct afstraalde op hun winkels en hun producten. Ook winkeliers die zelf niet op het evenement vertegenwoordigd waren grepen de sterke associatie tussen moderne winkelcultuur en de vrouwenemancipatie die in de tentoonstelling tot uitdrukking kwam behendig aan. Zo verklaarde M.A.E. Kalker, eigenaar van een herenmodewinkel op de Amsterdamse Kalverstraat, in een toepasselijke advertentie: 'De Vrouw 1813 moest thuis blijven, om de sokken van haar man te stoppen. De Vrouw 1913 kan gerust uitgaan. Haar man draagt thans KALKER's origineele zes maanden garantiesok'.<sup>8</sup>

Deze voorstelling van tijdgenoten dat de moderne detailhandel en winkelcultuur in de decennia rond 1900 de uithuizige bewegingsvrijheid van vrouwen uit de gegoede standen aanzienlijk hadden vergroot en het winkelen als vrijetijdsbesteding zelfs als vorm van vrouwenemancipatie kon worden beschouwd, heeft in de afgelopen twintig jaar bij historici veel weerklank gevonden.<sup>9</sup> Ook ikzelf heb deze visie in eerdere publicaties over winkelen en winkeletalages in Den Haag met slechts enkele kanttekeningen enthousiast

6 SAA, Archief 'De Vrouw', inv. nr. 48, Standaardcontracten nr. 2, 16, 17, 21, 24, 40, 41, 48, 49, 53d, 55, 57, 66, 75, 76, 77, 78, 101, 103, 104, 134, 136, 139, 140, 152, 179, 250. De totale exploitatie-inkomsten bedroegen fl. 5427. Verschillende winkeliers beschikten ook in de tentoonstellingszalen over het recht op verkoop.

7 J. Overvoorde-Gordon e.a., *Gedenkboek van de Tentoonstelling De Vrouw, 1813-1913*, Meerhuizen, Amsterdam (Amsterdam 1913).

8 AH, 17 juni 1913.

9 Het meest uitgesproken bij onder andere Rachel Bowlby, *Carried Away: The Invention of Modern Shopping* (Londen 2000); B. Lancaster, *The Department Store: A Social History* (Londen 1995). Een belangrijke nuancerende visie biedt: E. Rappaport, *Shopping for Pleasure: Women in*

*the Making of London's West End* (Princeton 2000) onder andere op 5. Het internationale onderzoek naar de laatnegentiende-eeuwse consumptiecultuur en gender heeft zich hoofdzakelijk toegespitst op de opkomst van warenhuizen. Zie: M. Miller, *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store* (Londen 1981); R. Williams, *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France* (Berkeley 1982); C. Crossick en S. Jaumain (eds.), *Cathedrals of Consumption: The European Department Store, 1850-1939* (Aldershot 1999). Zie ook: J. Walkowitz, *City of Dreadful Delight: Narratives of Sexual Danger in Late Victorian London* (Chicago 1992); Lisa Tiersten, *Marianne in the Market: Envisioning Consumer Society in Fin-de-Siècle France* (Berkeley 2002).

omarmd.<sup>10</sup> En met enig succes, zo bleek onlangs weer uit de keuze voor de Haagse passage als openingsdecor voor de aflevering over vrouwenemancipatie van de televisieserie *De IJzeren Eeuw*.<sup>11</sup> Maar is dit nu wel het hele verhaal? Het is helaas niet mogelijk om voor dit themanummer een verantwoorde synthese te bieden van de geschiedenis van de winkelcultuur in Nederland in de afgelopen twee eeuwen vanuit het perspectief van vrouwelijke consumenten en hun *agency* in de stedelijke ruimte. De huidige stand van het onderzoek laat dat eenvoudigweg nog niet toe. Maar het is wel hoog tijd om de focus te verbreden. In dit artikel probeer ik aan de hand van nieuw onderzoek naar Amsterdam, vooral op basis van stadsbeschrijvingen en gedigitaliseerde kranten<sup>12</sup>, een breder en genuanceerder beeld te geven van de belangrijkste ontwikkelingen die zich in de halve eeuw tussen 1863 en 1913 in de gegenderde praktijken

10 Jan Hein Furnée, “‘Om te winkelen, zoo als het in de residentie heet’. Consumptiecultuur en stedelijke ruimte in Den Haag, 1850-1890’, *Jaarboek voor Vrouwengeschiedenis* 22 (2002) 28-55; idem, ‘Winketalages als moderne massamedia. Visuele cultuur en sociale verhoudingen in Den Haag, 1850-1890’, *De Negentiende Eeuw* 27 (2003) 74-106. Voor een meer genuanceerde visie op basis van internationale literatuur en aanvullend onderzoek naar Den Haag, zie: Jan Hein Furnée, ‘Our Living Museum of Nouveautés’: Visual and Social Pleasures in The Hague’s Shopping Streets, 1650-1900’, in: Jan Hein Furnée en Clé Lesger, *The Landscape of Consumption: Shopping Streets and Shopping Cultures in Western Europe, c. 1600-1900* (Houndmills 2014) 208-231; idem, ‘Winkelen als bevrijding. De emancipatie van vrouwen in de negentiende-eeuwse publieke ruimte’, *Geschiedenis Magazine* 37 (2013) 22-26.

11 NPO, *De IJzeren Eeuw*, aflevering 5 ‘Vrouwen voorwaarts’, 1 mei 2015, 0,49-3,14. Zie ook de recent verschenen studie van Auke van der Woud, *De nieuwe mens. De culturele revolutie in Nederland rond 1900* (Amsterdam 2015) met name 32-40.

12 Voor de gedigitaliseerde kranten is gebruik gemaakt van [www.delpher.nl](http://www.delpher.nl) (november 2013 en maart 2014), waarbij in de meeste gevallen is gezocht in alle beschikbare kranten uit de periode 1850-1914. Als zoektermen zijn onder meer gebruikt ‘winkelen’, ‘winkelstraat’, ‘winkelstraten’, ‘shopping’, ‘boodschappen’ in combinaties [NEAR] met ‘dames’, ‘vrouwen’, ‘heeren’, ‘Kalverstraat’, ‘Nieuwendijk’ en ‘Amsterdam’. Voorts: ‘[geen] krediet’ in combinaties met ‘echtgenoot’, ‘echtgenote’, ‘huisvrouw’, ‘dames’, ‘heeren’. Ten slotte: ‘kleptomanie’ en ‘steelzucht’.

en discoursen rond het ‘moderne’ winkelen voltrokken.<sup>13</sup> Wat was er nu zo modern aan het laatnegentiende-eeuwse Nederlandse winkellandschap en het winkelen als vrijetijdsbesteding? In welke mate konden vrouwen daadwerkelijk onbelemmerd genieten van het winkelen als een bevrijdende, emanciperende vorm van vertier?

### Winkelen als ‘nieuwe’ vrijetijdsbesteding

In een van zijn Haagse romans *Maurits van Moreelen* (1886) voert Johan Gram, bekend chroniqueur van Den Haag, een standsbewuste officersvrouw ten tonele die zowel ’s ochtends als ’s middags met haar dochters in de stad flaneert: “om te winkelen”, zoo als het in de residentie heet’.<sup>14</sup> In mijn eerdere onderzoek naar de laatnegentiende-eeuwse Haagse winkelcultuur heb ik dit citaat gretig opgevat als aanwijzing dat het begrip ‘winkelen’ – door Gram nadrukkelijk tussen aanhalingstekens geplaatst – medio jaren 1880 een gloednieuw concept zou zijn geweest en ook hoofdzakelijk in de residentie zou zijn gebruikt, anders bijvoorbeeld dan in Amsterdam, waar het *Algemeen Handelsblad* in 1883 nog sprak van “shopping”, als onze Engelse naburen het zeggen’.<sup>15</sup> Het nieuwe begrip, zo betoogde ik, gaf uitdrukking aan een in zijn stijl, samenhang en schaal nieuwe vorm van stedelijke vrijetijdsbesteding die in de loop van de tweede helft van de eeuw door steeds grotere groepen mensen werd gecultiveerd: het bekijken en bezoeken van winkels, al dan niet met de bedoeling iets te kopen – een vorm van recreatie waar sociale genoegens als zien en gezien worden, maar ook het genot van de ontspannen wandeling

13 Clé Lesger, *Het winkellandschap van Amsterdam. Stedelijke structuur en winkelbedrijf in de vroegmoderne en moderne tijd, 1550-2000* (Hilversum 2013) biedt een voortreffelijke analyse van het veranderende winkellandschap van Amsterdam op lange termijn. De cultuur van het winkelen en de veranderende positie van vrouwen komt hierbij aan bod op pagina 187-189. A.E. Tijhoff, *Winkelen in Amsterdam. Flaneuses in de hoofdstad, 1870-1914* (Doctoraalscriptie Rijksuniversiteit Groningen 2007) biedt tot nu toe de breedste verkenning van de geschiedenis van winkelende vrouwen in negentiende-eeuws Amsterdam, hoewel op een vrij beperkte bronnenbasis. Een fraai geïllustreerde inleiding

biedt Annemarie den Dekker, *Modepaleizen in Amsterdam 1880-1960* (Amsterdam 2007). Nuttige bouwstenen biedt ten slotte D. Kouwenaar, *Tussen Dam en Muntplein. De levensgeschiedenis van de Kalverstraat* (Amsterdam 1950). Meer algemene inleidingen: R. Miellet, *Honderd jaar grootwinkelbedrijf in Nederland* (z.pl. [1993]); H.Ph. Hondelink, ‘Van kleine nering tot grootwinkelbedrijf. Schets van de geschiedenis van de Nederlandse detailhandel, 1850-heden’, *Historische bedrijfsarchieven. Detailhandel. Een geschiedenis en bronnenoverzicht* (Amsterdam 1993) 13-56.

14 J. Gram, *Maurits van Moreelen* (Leiden 1886) 79.

15 AH, 24 februari 1883.



en het bezoek aan horeca-inrichtingen onlosmakelijk deel van uitmaakten.<sup>16</sup> Beide stellingen zijn afgelopen jaren door diverse collega's overgenomen, maar kloppen ze eigenlijk wel helemaal?<sup>17</sup>

Dankzij de digitalisering van kranten, tijdschriften en romans is het in de afgelopen jaren een fluitje van een cent geworden om de introductie van het begrip 'winkelen' vroeger te dateren. Clé Lesger, die onlangs een schitterende studie publiceerde over het winkellandschap van Amsterdam in de periode 1550 tot 2000, heeft op basis van de Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren uiteengezet dat het begrip 'winkelen' in de genoemde betekenis al twintig jaar eerder opduikt, in de *Vaderlandsche Letteroefeningen* in 1864 en vier jaar later in *De Gids*, in beide gevallen verwijzend naar een Britse context.<sup>18</sup> Op basis van de recent door de Koninklijke Bibliotheek gedigitaliseerde boeken is het mogelijk nog enkele vroegere verwijzingen te vinden, zoals in een vertaald verhaal van Charles Dickens uit 1844.<sup>19</sup> Echt breed gebruikt is het begrip tot 1890 nog zeker niet, maar anders dan ik eerder heb gesuggereerd blijkt het beslist niet alleen in Den Haag al vroeg enige verspreiding te hebben gevonden. In de Amsterdamse stadsbeschrijving *In 't hartje der stad* schreef Martin Kalff al in 1880 over de Kalverstraat: 'De dames "winkelen" er, de leeglopers wandelen er' – en passant benadrukkend dat winkelen ook in Amsterdam typisch een damesbezigheid was.<sup>20</sup> In 1885 karakteriseerde het *Algemeen Handelsblad* het woord 'winkelen' zelfs als een bij uitstek hoofdstedelijk begrip:

Elke stad heeft zijn eigenaardige woorden of gezegden, wier beteekenis voor ieder, die niet op die plaats geboren en getogen is, in het duister gehuld blijft. [...] De beteekenis van het woord 'winkelen' vat hij echter al spoedig, indien hij zich de moeite getroost om in de laatste dagen van november of de eerste week van december een kijkje te gaan nemen in de groote straten van Amsterdam.<sup>21</sup>

16 Furnée, 'Om te winkelen', 28-29. Een originele eerste aanzet voor dit onderzoek werd gegeven door Pieter Stokvis, 'Haagse melksalons en conditoreien omstreeks 1900. Vrouwenemancipatie en veranderende etenstijden', *Jaarboek Vrouwengeschiedenis* 19 (1998) 98-114.

17 Zie bijvoorbeeld Christine Delhay, *Door consumptie tot individu. Modebladen in Nederland, 1880-1914* (Amsterdam 2008) 51; Den Dekker, *Modepaleizen*, 15.

18 Lesger, *Het winkellandschap*, 188 noot 115.

19 Charles Dickens, 'Horatio Sparkins', in: *Schetsen en portretten* (1844) 238. Zie ook: Cornelis Schaick, 'De straatloopster', in: *Dichtbundeltje voor de Surinaamsche jeugd* (1853) 17; idem, *De Manja* (Arnhem 1866) 19.

20 Martin Kalff, *In 't hartje der stad. Oud en nieuw Amsterdam* (Amsterdam 1880) 145.

21 AH, 25 november 1885. Het *Woordenboek der Nederlandsche Taal* ('s-Gravenhage 1993) xxvi, 1064, suggereert dat het begrip winkelen pas in de jaren 1890 in deze betekenis werd gebruikt.



Een veel belangrijker misverstand – dat ook internationaal nog voortdurend wordt herhaald, hoewel het door intensief onderzoek naar de vroegmoderne detailhandel reeds lang en breed is ontkracht<sup>22</sup> – is de gedachte dat winkelen als plezierige vrijetijdsbesteding pas in de tweede helft van de negentiende eeuw in zwang zou zijn geraakt en het nieuwe begrip ‘winkelen’ in Nederland dus zou verwijzen naar een volledig nieuwe culturele praktijk. Hoewel de geschiedenis van de detailhandel in de Republiek nog nauwelijks is onderzocht, laat staan vanuit het perspectief van de consument<sup>23</sup>, laat de zeventiende-eeuwse Haagse stadsbeschrijving van Jacob van der Does (1668) er geen twijfel over bestaan dat het bezoek aan luxe winkels gold als een plezierig tijdverdrijf. Van der Does beschreef de smalle Halstraat tussen de Groenmarkt en het Buitenhof als het middelpunt van luxe winkels, waar voorname dames uit Den Haag ‘uyt en in de Kramers Winckels lopen’ en ‘Juffers [...] uyt veel na by gelegen Steen / Haer gelt, met groot vermaeck, in sottigheyt besteen’. De geneugten van de winkelstraat strekten zich volgens hem ook uit tot de heren: ‘Het is vermaeck’lijk door dit straetjen te gaen wand’len [...] / Want selden, dat men hier geen tijdt-verdrijf geniet / In veelerhande soort van juffers die mer siet’.<sup>24</sup>

Bij Van der Does concentreerde het winkelen als gemakkelijke activiteit zich nog op één specifieke locatie: het verwees nog niet naar het gebruik om over lange winkelstraten te flaneren. In de eerste helft van de negentiende eeuw was ook dat allang veranderd. De *Physiologie van de Kalverstraat* uit 1844 – als uitgave reeds een sprekend bewijs van de grote culturele en sociale betekenis die deze winkelstraat had verworven – beschrijft in geuren en kleuren hoe zowel dames als ‘heeren flaneurs’ de lange straat op en neer wandelen en uitgebreid de etalages bewonderen. Dezelfde *Physiologie* laat ook weinig heel van de bekende stelling in de historiografie van de moderne detailhandel dat klanten tot ver in de negentiende eeuw heel doelgericht de winkelstraten bezochten om hun ‘boodschappen’ te doen en winkelen als ‘fun shoppen’ niet of nauwelijks bestond.<sup>25</sup> Zeker, de winkelier haalde in deze

22 Zie onder andere: N. McKendrick, J. Brewer en J.H. Plumb (eds.), *The Birth of a Consumer Society: The Commercialisation of Eighteenth-Century England* (Bloomington 1982). Een recent overzicht biedt Jon Stobart, *Spend, Spend, Spend!: A History of Shopping* (Stroud 2008) 45-96. Een vroegere periode wordt belicht in: E. Welch, *Shopping in the Renaissance: Consumer Cultures in Italy, 1400-1600* (New Haven 2005). Vergelijk Ilja van Damme, *Verleiden en verkopen. Antwerpse kleinhandelaars en hun klanten in tijden van crisis (ca. 1648-ca. 1748)* (Amsterdam 2007).

23 Lesger, *Het winkellandschap*, 129-131; Thera Wijsenbeek-Olthuis, ‘Winkels in Den Haag, 1575-1795’, *Jaarboek Die Haghe* (2013) 11-40.

24 Jacob van der Does, ‘s Graven-Hage met de voornaamste plaetsen en vermaecklijkheden (’s-Gravenhage 1668) 110-112.

25 Voor de traditionele visie zie: J.B. Jefferys, *Retail Trading in Britain, 1850-1950* (Cambridge 1954). Voor Nederland: Miellet, *Honderd jaar grootwinkelbedrijf*, 16-18.

periode nog alle mogelijke artikelen uit afgesloten dozen, laden en kasten en pas na omstandig aanprijzen en onderhandelen werden prijzen vastgesteld. Maar anders dan vaak is aangenomen beschouwde een deel van de klanten juist dit onderhandelen als belangrijk deel van de ‘fun’:

De Kalverstraat is voor haar eene regte uitspanning; men heeft er zoo keus, men behoeft er niet verlegen te wezen, vandaar dat men dan ook bij mooi weder de dametjes van een tot drie ure door de Kalverstraat ziet trippelen, en geloof mij, zij jousseren: met een paar vijfjes in de punt van de fijn geborduurde zakdoek gaan zij arm aan arm op weg. Voor den eenen winkel staan zij voor de glazen, voor den anderen winkel kijken zij eens, in een derden gaan zij eens in, in een vierden vragen zij naar den prijs, in den vijfden overleggen zij eens, en in den zesden kopen zij een bagatelletje, onder beding dat als het geen kleur houdt of er te veel stijfsel in is, zij het mogen terugbrengen.<sup>26</sup>

Hoewel de culturele en sociale praktijk van het winkelen in de periode tot 1850 nog aanvullend onderzoek verdient, kunnen we echt niet langer stellen dat het winkelen als vrijetijdsbesteding pas in de tweede helft van de negentiende eeuw opgeld deed.<sup>27</sup> Toch resteren er wel degelijk argumenten om te betogen dat het winkelen in de tweede helft van de eeuw in stijl, samenhang en schaal een substantiële transformatie onderging.

Stedelijke bevolkingsgroei, regionale integratie, snel stijgende koopkracht onder de verschillende standen vanaf midden jaren 1860, maar ook verschuivingen van ambachtelijke naar grootschalige industriële productie en nieuwe transportmogelijkheden brachten de detailhandel in Nederlandse steden als Amsterdam in een periode van ongekende bloei.<sup>28</sup> Zowel het aantal winkels als het aantal (semi-)luke winkelstraten namen vanaf het midden van de eeuw aanzienlijk toe. ‘Ja, geheele straten, als de Leidsche, de Utrechtsche, de Reguliersbreestraat, de Nieuwendijk enz. enz. hebben in de laatste jaren een aanzien gekregen, dat haar tot echte winkelstraten stempelt’,

26 *Physologie van de Kalverstraat* (1844) 83. Ook reeds aangehaald in Lesger, *Het winkellandschap*, 188.

27 J. Stobart, A. Hann en V. Morgan, *Spaces of Consumption: Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680-1830* (Londen 2007).

28 Lesger, *Het winkellandschap*, hoofdstukken 7-9, met name 193-195. M. Wagenaar, *Amsterdam 1870-1914. Economisch herstel, ruimtelijke expansie en de veranderende ordening van het stedelijk grondgebruik* (Amsterdam 1990) hoofdstukken

3 en 5, met name 184-188. Hondelink, ‘Detailhandel’, 15-20. Mielliet, *Geschiedenis*, 28-41. Voor een kwantitatieve reconstructie van de spectaculaire stijging in de consumptie van Nederlandse huishoudens na 1865: E. Horlings en J.P. Smits, ‘Private Consumer Expenditure in The Netherlands, 1800-1913’, *Economic and Social History in The Netherlands* 7 (1996) 15-40, 20; J.L. van Zanden en A. van Riel, *Nederland 1780-1914. Staat, instituties en economische ontwikkeling* (Amsterdam 2000) 354-355.

constateerde het *Algemeen Handelsblad* in 1885.<sup>29</sup> Rond 1880 was er in de Kalverstraat geen enkel woonhuis meer te vinden. In dezelfde jaren verrezen in Amsterdam ook de eerste winkelpassages: de korte Prins Hendrikpassage aan het eind van de Nieuwendijk (1883), de halfopen winkelgalerij rond de tuin van het Paleis voor Volksvlijt (1883), later gevolgd door de galerij langs de doorgebroken Raadhuisstraat (1899).<sup>30</sup>

Terwijl in Nederlandse steden het aantal winkels en winkelstraten in de tweede eeuwhelft sterk toenam, speelden steeds meer winkeliers energiek in op de behoefte aan statusgevoelige consumptie, visuele genoegens en hedonistisch comfort, die behalve door de elite in toenemende mate ook door de brede middengroepen werd gecultiveerd. Met name vanaf midden jaren 1860 braken steeds meer winkeliers hun oude woonhuizen af, kochten ze hun burens uit en lieten ze compleet nieuwe winkelpanden optrekken, voorzien van decoratieve gevels, kolossale spiegelruiten en in toenemende mate ook etalages en winkelruimten op de bovenverdiepingen. Steeds meer winkeliers begonnen hun waren op een aantrekkelijke manier in de etalages uit te stallen: eerst nog hoog opgestapeld vlak achter de vensters, maar geleidelijk vaker in driedimensionale uitstallingen, die met gordijnen en feeëriek gaslicht als kleine theaters werden ingericht. Etalages met rijdende speelgoedtreinen, kleine huiskamers met fraai aangeklede wassen paspoppen, alsook verwijzingen naar de actualiteit – portretten van beroemdheden en moordenaars – waren eind jaren 1880 bepaald geen uitzondering meer.<sup>31</sup>

De toenemende drukte van verkeer en winkelend publiek dwong stedelijke overheden al vanaf de jaren 1850 om in de belangrijkste winkelstraten verhoogde trottoirs aan te leggen, uitstekende uitstalkasten te verbieden en hier en daar eenrichtingsverkeer in te voeren, zodat wandelaars veilig langs de winkels konden lopen. De Amsterdamse Kalverstraat liep hierbij in verschillende opzichten voorop: na het verbod op uitstalkasten in 1853, volgde in 1861 de invoering van eenrichtingsverkeer, tussen 1873 en 1883 de aanleg van asfaltbestrating en in 1889 elektrische straatverlichting.<sup>32</sup> Ruim

29 AH, 25 november 1885. Voor een systematische analyse van de ruimtelijke spreiding van winkels in de Amsterdamse binnenstad zie: Lesger, *Het winkellandschap*, onder andere 203-206, 223-227 en 238-244.

30 Voor een volledig overzicht van alle (deels mislukte) initiatieven zie: Jan Hein Furnée, *De passagemanie, 1879-1885. Een kleine cultuurgeschiedenis van de grote stad* (Doctoraalscriptie Rijksuniversiteit Groningen 1997) 8-16.

31 Uitvoerig hierover: Lesger, *Het winkellandschap*, 276-290. Voor Den Haag, zie: Furnée, 'Winketalages'.

32 Uitvoerig hierover: Lesger, *Het winkellandschap*, 228-232. Voor Den Haag zie: Furnée, 'Om te winkelen', 35-37. Zie voor deze en bovengenoemde ontwikkelingen ook de recent verdedigde dissertatie van Anneleen Arnout, *Sights/Sites of Splendor: The Shopping Landscape of Nineteenth-Century Brussels* (Dissertatie KU Leuven/Universiteit Antwerpen 2015).

een halve eeuw na de eerste trottoirs in Parijs en Londen werd zo letterlijk ruimte geschapen voor het winkelen als ontspannen vrijetijdsbesteding, op en neer drementelend langs de steeds aantrekkelijkere etalages, waar men niet voortdurend meer op zijn tellen hoefde te passen.

De Amsterdamse Kalverstraat gold vanouds als de bekendste en drukste winkelstraat van Nederland. Maar pas aan het eind van de negentiende eeuw raakten tijdgenoten niet uitgepraat over de massa bezoekers die dagelijks te zien was in deze 'groote borstslagader van de stad'.<sup>33</sup> 's Middags tussen twee en vier uur scheen de drukte het grootst te zijn: 'Gemiddeld kan gerekend worden dat zich in genoemde straat een paar honderd personen per minuut bewegen', zo betoogde een chroniqueur in 1891.<sup>34</sup> Deze intuïtieve berekening leek wat overdreven. In 1911 hield een journalist op een willekeurige oktoberdag een heuse verkeerstelling door voor zes tijdsintervallen verspreid over de dag het aantal passanten te noteren. 's Ochtends tussen acht en negen uur noteerde hij 1840 mannen en vrouwen in beide richtingen; tussen één en twee 's middags waren dat er 2360; en tussen drie en vier kwam hij uit op een totaal van 3543. Met gemiddeld zo'n zestig passerende wandelaars per minuut was de drukte aanzienlijk genoeg.<sup>35</sup>

Niet alleen de omvang, maar vooral de brede en wisselende samenstelling van het publiek vormde in kranten en stadsbeschrijvingen een regelmatig onderwerp van systematische beschouwing. In 1891 beschreef een chroniqueur de Kalverstraat zonder voorbehoud als 'de straat waar de viermaal honderd duizend ingezetenen zeker eens per week komen'.<sup>36</sup> Chroniqueurs zetten uitvoerig uiteen hoe de winkelstraat op verschillende weekdagen en verschillende uren van de dag steeds door een ander slag publiek werd bezocht. Beschrijvingen van doordeweekse dagen vermelden meestal de arbeiders, schoolkinderen, winkeljuffrouwen en klerken die 's morgens op verschillende tijdstippen naar hun werk, school en kantoor trekken en 's avonds op verschillende tijdstippen huiswaarts gaan; de vele kooplieden die tussen twaalf en drie uur naar en van de beurs op de Dam komen; de dagjesmensen uit de provincie die vertier zoeken in 'een daggie in stad'; en natuurlijk het winkelend publiek dat zowel 's middags als 's avonds de Kalverstraat domineerde. Op maandagen zag men hier opvallend veel boeren en boerinnen uit Noord-Holland die op de wekelijkse marktdag afkwamen; op zaterdag en zondag trof men naar verhouding meer kleine burgers.<sup>37</sup> Kortom: 'In de Kalverstraat, het is eigenaardig, ziet men telkens een ander

33 'De familie Koolmeijer in Amsterdam', AH, 5 juni 1898.

34 *Leeuwarder Courant* (LC), 9 maart 1891.

35 AH, 6 oktober 1911.

36 'Brieven uit Amsterdam', LC, 9 maart 1891.

37 *Amsterdam en de Amsterdammers*, 52-55; Simons, *Amsterdam in stukken en brokken*, 18-21. 'Brieven uit Amsterdam', LC, 9 maart 1891. 'De familie Koolmeijer in Amsterdam', AH, 5 juni 1898. 'In de Kalverstraat te Amsterdam', *Locomotief*, 20 juni 1898.

publiek'.<sup>38</sup> Een enkele chroniqueur herinnerde de lezers eraan dat men de vaak apodictische uitspraken van journalisten over de precieze samenstelling van het winkelende publiek niet al te letterlijk moest nemen, omdat 'het meerendeel der menschen altijd is en blijft het willekeurig "quelconque" straatpubliek, dat den ondergrond vormt waarop dan de bijzondere nuances zich af teekenen'.<sup>39</sup> De voortdurende drang om het publiek op de Kalverstraat te classificeren bevestigt niettemin de sterke fascinatie voor het winkelen als 'modern' en 'grootstedelijk' fenomeen dat verschillende sociale groepen deels in tijd en ruimte verenigde en deels juist scheidde.

Datzelfde geldt ten aanzien van het onderscheid tussen winkelen en boodschappen doen en de mate waarin het winkelen als vrijetijdsbesteding zich op bepaalde dagdelen concentreerde. 'Wil men uit winkelen gaan', zo zette een schets van het Amsterdamse stadsleven in 1881 uiteen, 'dan doet men zulks het geschiktst tusschen 10 en 12 of tusschen 3 en 5; ook 's avonds worden de winkels druk bezocht'.<sup>40</sup> Niet alle tijdgenoten waren het daarmee eens: 's Morgens gaan wij boodschappen doen en 's middags winkelen', zo schreef een fictieve Fanny (alias Thérèse Hoven) in haar 'Damespraatjes' in de *Javabode*:

Vat je 't onderscheid? Niet? 't Is anders nog al duidelijk. Onder 'boodschappen doen' versta ik – dingen koopen, die ik noodig heb, als: handschoenen, voiles, schoentjes enz. En met winkelen bedoel ik: kijken naar weelde-artikelen, van alles den prijs vragen en niets aanschaffen. Begrijp-je 't nu?<sup>41</sup>

Terwijl veel tijdgenoten het winkelen als vrijetijdsbesteding in een ander dagdeel leken te concentreren dan het meer doelgerichte 'boodschappen doen', was het winkelplezier ook sterk seizoensgebonden. Bij de uitstallingen van de voorjaars- en najaarsmodes en vooral natuurlijk rond Sinterklaas waren de winkelstraten drukker dan ooit: 'Door de groote straten van Amsterdam beweegt zich een dichte menschenmenigte', zo schreef het *Algemeen Handelsblad* in 1885:

Voor elke uitstalling blijft men een kijkje nemen: menigen winkel brengt men een bezoek, vaak zonder dat men er aan denkt iets te koopen. [...] Men 'winkelt', d.i. men verlaat zijn huis, zoogenaamd tot het doen van inkoop bestemd op den feestdag van den kinderheilige waardig te vieren, en men brengt den ganschen middag door met drie zaken aan te schaffen, terwijl men daarvoor vijftig winkels van buiten aanschouwt en bij twintig een kijkje binnen gaat nemen.<sup>42</sup>

38 'Brieven uit Amsterdam', LC, 9 maart 1891.

39 'In de Kalverstraat te Amsterdam', *Locomotief*, 20 juni 1898. 'Wanneer ik er den tijd toe had [...] dan gaf ik er eens een heelen dag aan om de psychologie en physionomie van de Kalverstraat te bestudeeren'.

40 'Kijkjes door Amsterdam', *Suriname, koloniaal nieuws en advertentieblad*, 21 juni 1881.

41 Damespraatjes, *Javabode*, 29 november 1893.

42 AH, 25 november 1885.

Afgezien van het plezier van etalages bekijken, winkels binnenstappen en al dan niet een inkoop doen, draaide het winkelen als vrijetijdsbesteding in belangrijke mate om sociaal vertoon. *De Telegraaf* wist het in 1908 treffend te omschrijven:

Ze hebben iets eigenaardigs, onze Amsterdamsche winkelstraten, als 's middag tusschen drie en vijf het slenterend publiek over 't asphalt schuifelt, kijkend, lachend, pratend, in de enge ruimte, waar de vaste wandelaars elkander kennen, zonder ooit te zijn voorgesteld; waar kritiek geoeffend wordt op hoeden en mantels, en waar men eer dan ergens anders de nieuwste sensatieberichten hoort.<sup>43</sup>

Terwijl het traditionele wekelijkse ritueel van de sociale promenade of 'pantoffelparade' op de Keizersgracht in de tweede helft van de negentiende eeuw bijna ongemerkt was verdwenen<sup>44</sup>, gold de Kalverstraat steeds vaker als een vaste verzamelplaats waar elite en hogere middenstanden elkaar 's middags op rituele wijze rendez-vous gaven. Tussen drie en zes uur, zo stelde een tijdgenoot, kreeg de straat 'steeds sterker het cachet van de sloffen-parade'.<sup>45</sup> Volgens de Deen Alfred Ipsen trof men hier dan het chiqueste publiek van Amsterdam: 'Het publiek hier is zeker de "uppermost ten-thousands". Heren in pelzen gekleed, trippelen voorzichtig voort, dames naar de laatste Parijse mode getoiletteerd. Jonge dandy's met lorgnet op de neus'.<sup>46</sup>

Naast dit sociale ritueel van kijken en bekeken worden, begon vanaf 1870 ook het nuttigen van kleine consumpties een steeds onlosmakelijker onderdeel te vormen van de 'moderne' winkelcultuur. Terwijl diverse traditionele koffiehuisen rond 1880 transformeerden in luxueus ingerichte 'grands cafés', schoten ook populaire Beierse bierhuizen als paddenstoelen uit de grond, gevolgd door melksalons, patisserieën en, vanaf de jaren 1890, lunchrooms en theesalons.<sup>47</sup> Het genot van het winkelen ging steeds vaker door de maag. Het rituele 'Kalverstraat-uurtje' tussen drie en vier uur werd in 1911 aangeduid als: 'Winkelen, lanterfantten, tea-ën!'<sup>48</sup> Wie geen tijd of behoefte had om ergens rustig te gaan zitten, kon kort na de eeuwwisseling zelfs al terecht in een

43 *Telegraaf*, 18 oktober 1908.

44 'De pantoffelparade', *Physiologie van Amsterdam*, 25-36.

45 Lesger, *Het winkellandschap*, beperkt de beschrijving van winkelen als sociale promenade tot de periode voor 1850 (187-189). Voor het winkelen als sociale promenade in Den Haag zie Furnée, 'Om te winkelen', 37-42.

46 Alfred Ipsen, *Holland* (z.pl. 1892) 37.

47 Zie Furnée, 'Om te winkelen', 46-49; Stokvis, 'Haagse melksalons'; Th. Wijsenbeek, 'Grand cafés en volkskoffiehuisen. Koffiehuisen in een veranderende samenleving in de negentiende en twintigste eeuw', in: P. Reinders en Th. Wijsenbeek (eds.), *Koffie in Nederland. Vier eeuwen cultuurgeschiedenis* (Zutphen, Delft 1994) 127-148, 134-136. Zie ook: P. de Rooy, 'Bier, kunst en politiek. De Nieuwe Gids in Amsterdam', *Jaarboek Genootschap Amstelodamum* 81 (1989) 175-187.

48 AH, 6 oktober 1911.

heuse automatiek-hal. In de ruime hal van ‘Auto central’, aangeduid als ‘cafe-restaurant met automatische bediening’, prijken achter fraaie, met bladgoud en marmer versierde, glazen toonkasten alle mogelijke dranken als bouillon, warme wijn, koffie en vermout evenals verleidelijke schotels haringsla, broodjes met ham, taartjes en vanille-ijs: ‘Men werpt een of meer dubbeltjes in de sleuf en ziet zich zulk een heerlijk schoteltje toegeschoven’.<sup>49</sup>

Wie plezierig wilde winkelen zocht en kreeg rond 1900 vaker de mogelijkheid om het bewonderen van etalages, het bekijken van het publiek en het nuttigen van consumpties af te wisselen met andere publieke vermakelijkheden. Het Panopticum in de Amstelstraat, het oudste wassenbeeldenmuseum in Nederland, organiseerde vanaf de opening in 1882 in de benedenzalen speciale concertjes en liet een journalist enthousiast optekenen: ‘Voor dames die met de kleintjes uit zijn of moe van het winkelen, geven deze namiddag-muziekuitvoeringen zeker een welkome gelegenheid tot verpozing’.<sup>50</sup> De eerste filmvertoning in Nederland vond op 12 maart 1896 niet toevallig plaats in een leeg winkelpand in de Kalverstraat.<sup>51</sup>

### Winkelen als bij uitstek ‘vrouwelijke’ activiteit

Winkelen gold in de negentiende eeuw bij uitstek als vrouwelijke activiteit. “Winkelen”, zo betoogde het *Algemeen Handelsblad* in 1893, is ‘een geliefde uitspanning onzer vrouwen en dochters’.<sup>52</sup> In de vele contemporaine beschrijvingen van de Kalverstraat werd stevast benadrukt dat ‘s middags of ‘s avonds ‘het dames element [...] overwegend’ was.<sup>53</sup> Verwonderlijk was dat niet. Vrouwen uit de gegoede standen hadden meer vrije tijd dan mannen, terwijl zij ook bij uitstek verantwoordelijk werden geacht voor de gezellige inrichting van het huis, de aankleding van hun kinderen en ook zelf een goed figuur dienden te slaan om de status van het gezin op te houden. De breed gedeelde opvatting dat vrouwen gevoeliger waren voor de grillen van de mode – en dus een hogere omloopsnelheid van producten mogelijk maakten – en de wijd verspreide veronderstelling dat vrouwen ‘van nature’ irrationaler en dus gemakkelijker te verleiden waren dan mannen, maakten dat de meeste winkeliers zich met hun producten uitdrukkelijk op vrouwen richtten.<sup>54</sup> Dat was bepaald geen nieuw verschijnsel. Nieuw was wel de manier waarop kranten sinds de jaren 1860 steeds opvallender hun redactionele kolommen vulden met openlijke reclame voor winkeliers en daarbij steeds opnieuw een expliciet appel deden

49 *Telegraaf*, 4 september 1902.

50 *AH*, 22 november 1882.

51 Karel Dibbets en Frank van der Maden, *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940* (Weesp 1986) 15-16.

52 ‘De uitstalkast’, *AH*, 6 september 1893.

53 *AH*, 6 oktober 1911.

54 Delhay, *Door consumptie tot individu*. Vergelijk Tiersten, *Marianne in the Market*.





Winkelend publiek op de Kalverstraat, 1908.

Fotograaf onbekend.

Collectie Stadsarchief Amsterdam.

aan vrouwen om het nieuw geopende magazijn ‘Au bonheur des dames’ of de nieuwe zending van mantelstoffen met een bezoek te vereren.<sup>55</sup> Het *Algemeen Handelsblad* stelde in 1894 quasi-objectief vast:

Onze neringdoenden stellen den laatsten tijd wel alles in het werk om te zorgen dat onze Kalverstraat zoowel in als buiten de stad den naam houdt te zijn: de fraaiste winkelstraat van Nederland. [...] Naar de nieuwste eischen des tijds zal de firma gebr. Gerzon er haar derde magazijn te dezer stede van gebreide en wollen goederen in openen. Voor onze dames een reden te meer om eens door de Kalverstraat te gaan.<sup>56</sup>

In de afgelopen decennia hebben de meeste historici in binnen- en buitenland dit geijkte beeld van winkelen als bij uitstek vrouwelijke activiteit vrijwel kritiekloos gereproduceerd. Des te belangrijker is het om te benadrukken dat winkelen uiteraard niet als een *uitsluitend* vrouwelijke activiteit werd opgevat. Het moderne begrip ‘winkelen’ werd rond 1900 weliswaar vooral geprojecteerd op vrouwen, maar zelfs hierop werd af en toe een uitzondering gemaakt. Zo beschreef een (fictieve) Indische oudgast in 1888 hoe hij in Amsterdam na de lunch de stad in trok: ‘dan ga ik wat “winkelen”, dat wil zeggen: eenige commissies doen en zien naar de etalages die dikwijls allersierlijkst zijn’.<sup>57</sup> Een jaar later beschreef een feuilleton in het *Algemeen Handelsblad* hoe een jonge advocaat zijn geliefde op een fraai Sinterklaascadeau wilde trakteren: ‘Dus naar de Kalverstraat. Pieter ging winkelen’.<sup>58</sup> In 1898 bekende een journalist hoe een luxe winkel in edelsmeedkunst ook hem had bekeerd:

Ik heb dikwijls gehoord dat er dames zijn, die uren en uren zoekbrengen met het zoogenaamde ‘winkelen’ en heb me er altijd over verwonderd hoe ze dat uithouden zonder zich te vervelen. Dat komt omdat ik het eigenaardige genot van het winkel bezoeken en inkoopen doen met een welgevulde beurs niet kende. Toen we in den winkel van Miele en Co waren begreep ik dat. Daarin alleen kan men met gemak een paar uur doorbrengen zonder dat men tweemaal hetzelfde voorwerp behoeft te bezien.<sup>59</sup>

55 *Amsterdammer*, 18 maart 1883. Het toenemende aantal ‘advertorials’ vanaf de jaren 1860 blijkt behalve uit een toenemend aantal digitale treffers ook uit een verkenning van de leggers van het *Algemeen Handelsblad*.

56 *AH*, 5 mei 1894.

57 ‘Brieven uit Nederland’, *Soerabajasch Handelsblad*, 24 maart 1888.

58 ‘Een blauwboek der liefde’, *AH*, 8 december 1889.

59 ‘St. Nicolaaswandelingen’, *De Tijd*, 19 november 1898.

Hoewel het begrip ‘winkelen’ voor mannen nooit echt ingeburgerd raakte – mannen ‘flaneerden’ liever – probeerden winkeliers hen vanzelfsprekend met allerhande ‘heerenartikelen’ als consument aan zich te binden en zelfs net zo goed als vrouwen met fraaie uitstallingen te verleiden.<sup>60</sup> Alleen al op de Kalverstraat, zo berekende een statistisch-journalistieke feuilleton in 1898, bevonden zich niet minder dan 13 sigarenwinkels, 11 ‘echte magazijnen van “heerenartikelen”’ (wier ‘bekoorlijkheden’ de ‘aanval van vrouwelijke ijdelheid’ evenaarden), 3 winkels in herenkleding, 3 in herenhoeden, evenals 4 café’s, 4 wijnhuizen, 3 sociëteiten en 3 delicatessenhandelaars ‘voor het sterke geslacht’. Tel daarbij op de schoenenwinkels (6), winkels in paraplu’s (4), boekwinkels (3), klokken (3), meubels (3), glaswerk (3), en het wordt al snel duidelijk dat een aanzienlijk deel van de winkels in de Kalverstraat uitsluitend of op zijn minst deels op mannelijke consumenten was gericht. Slechts ruim dertig winkels waren vrijwel exclusief op vrouwen afgestemd: winkels in furnituren (6), dameshoeden (5), damesmantels (4), damesconfectie (3), japonstoffen (3), evenals de 11 winkels in gouden en zilveren voorwerpen die als ‘bij uitstek vrouwelijke’ werden gecategoriseerd, en 4 melkinrichtingen die ‘aan de dorstige vrouwen een zitje tussen de wandelingen bieden’ en 4 ‘dito’ banketbakkerswinkels.<sup>61</sup>

Dat in de internationale historiografie aanzienlijk meer aandacht is besteed aan winkelende vrouwen dan aan mannen is natuurlijk niet verwonderlijk. Niet alleen fungeerden mannen in de contemporaine pers en reclame als overwegend ‘hidden consumer’<sup>62</sup>, ook werd en wordt de moderne winkelcultuur hoofdzakelijk beschouwd vanuit het perspectief van de bredere verschuivingen die zich eind negentiende eeuw voordeden in de ruimtelijke bewegingsvrijheid en de emancipatie van vrouwen. Historici wijzen in dit verband doorgaans op de burgerlijke ideologie van gescheiden sferen, waarbij vrouwen als het financieel even kon overwegend aan huis gekluisterd zouden moeten zijn, terwijl mannen zich van nature het beste konden ontplooiën in de publieke sfeer van arbeid en politiek.<sup>63</sup> In deze context voelde het voor veel vrouwen uit de gegoede standen in de negentiende eeuw als ongemakkelijk en zelfs ongepast om alleen of zelfs in damesgezelschap zonder duidelijk doel op straat te lopen, met name vanwege de voortdurende, en niet onterechte, vrees om te worden aangesproken door wildvreemde mannen en zelfs te worden

60 Zie Furnée, ‘Om te winkelen’, 38-39. Voor een geschiedenis van het winkelen vanuit het perspectief van mannen zie de baanbrekende studie: Chris Breward, *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life 1860-1914* (Manchester 1999).

61 ‘De familie Koolmeijer in Amsterdam’, AH, 5 juni 1898.

62 Breward, *The Hidden Consumer*.

63 Josine Blok, “‘Hemelse rozen door ‘t wereldsche leven’”. Sekse en de Nederlandse burgerij in de negentiende eeuw’, in: R. Aerts en H. te Velde (eds.), *De stijl van de burger. Over Nederlandse burgerlijke cultuur vanaf de middeleeuwen* (Kampen 1998) 123-156.

benaderd als een potentiële ‘publieke vrouw’. In Frankrijk en Engeland deden winkeliers, gesteund door willige journalisten, er dan ook alles aan om hun vrouwelijke klanten te verzekeren dat winkelen een geoorloofde vorm van uithuizige ontspanning was en vrouwen zich in hun winkels, winkelstraten en met name ook in de moderne warenhuizen veilig konden bewegen.<sup>64</sup> In Nederland zijn dit soort expliciete campagnes minder gemakkelijk te vinden – mogelijk omdat ook de morele paniek over winkelende vrouwen minder uitgesproken was (zie onder). Maar ook zonder dit expliciete discours kunnen we er gerust van uit gaan dat het winkelen voor vrouwen uit de hogere kringen en de burgerstanden als een welkome en plezierige bijdrage aan hun uithuizige bewegingsvrijheid kon worden beschouwd en gevierd.

### Winkelen als ‘bevrijdende’ vrijetijdsbesteding

Niettemin, zonder hindernissen verliep deze uitbreiding van de ruimtelijke bewegingsvrijheid van vrouwen uit de gegoede standen bepaald niet. In de eerste plaats bleven er de fysieke belemmeringen van overlast van verkeer en vuil in de winkelstraten. Klachten over de opwaaiende gedroogde paardenmest die de wandeltoiletten besmeurden kwamen regelmatig voor, net als klachten over levensgevaarlijke manoeuvres van handkarren en rijtuigen die voetgangers zelfs op de trottoirs ternauwernood konden ontwijken, terwijl zij nota bene op de trottoirs na 1870 door fietsen omver werden gereden. De introductie van bordjes met ‘rechtshouden’, die in 1883 in de Kalverstraat verschenen, hadden weinig effect.<sup>65</sup> Om de wandelende en winkelende passanten te ontzien besloot het stadsbestuur in 1882 om het rijden met handkarren tussen 1 en 5 uur ’s middags en 8 en 10 uur ’s avonds te verbieden. Het radicale dagblad *De Amsterdammer* schreef terecht dat de belangen van arbeiders en kleine burgers hiermee welbewust aan het comfort van de gegoede standen werden opgeofferd:

De politieverordening behoort, naar veler inzicht, allereerst de wandelaars, de heeren en dames, straatslijpers en straatslijperessen en de in rijtuigen gezeten visite-makenden en partijen-bezoekenden den weg open te houden. De arbeidende stand, de neringdoende, de magazijnhouder, zij komen eerst in de tweede plaats in aanmerking!<sup>66</sup>

64 Rappaport, *Shopping for Pleasure*, met name hoofdstuk 5, 144-177; Tiersten, *Marianne in the Market*, onder andere 185-230.

65 NvdD, 26 april 1886. *De Amsterdammer*, 15 maart 1883.

66 *De Amsterdammer*, december 1882. Geciteerd in Kouwenaar, *Tussen Dam en Muntplein*, 107.

Winkelende dames stuitten ook op andere fysieke belemmeringen die nog sterker in termen van klassenconflict kunnen worden geïnterpreteerd. In Amsterdamse kranten lezen we vrij regelmatig over winkelende dames die last hebben van straatjongens en ruwe kerels. Van twee ‘brutale knapen’ bijvoorbeeld, die liepen te bedelen en de dames die hen niets gaven lieten struikelen.<sup>67</sup> Of een zeventienjarige jongen, die samen met zijn vrienden op de Nieuwendijk winkelende dames brandende stukken papier aan de rokken had gehangen.<sup>68</sup> Of een man, die in de Kalverstraat met zijn zwart gemaakte hand de voorbijgaande dames in het aangezicht wreef.<sup>69</sup> Dit soort fysieke ‘aanslagen’ op vrouwen komt men in kranten vóór 1880 zelden tegen; ze lijken te wijzen op een welbewust verzet vanuit de lagere standen tegen de toenemende verburgerlijking van de openbare ruimte die zich na 1880 in de grote stad voltrok.<sup>70</sup> Anders dan de overlast van de handkarren lieten dit soort incidenten zich niet gemakkelijk door de autoriteiten reguleren. Soms pakte de politie zulke jongens op.<sup>71</sup> En soms nam een begeleidende heer het recht in eigen hand, en gaf een jongen die zijn dame had beledigd een zodanige klap met zijn paraplu dat de belager later overleed.<sup>72</sup> Erg relaxed wandelen en winkelen was er voor dames niet altijd bij.

Dat gold des te meer door de voortdurende dreiging van straatoverrij. Amsterdamse kranten berichtten regelmatig over brutale pogingen om winkelende dames te beroven. Niet alleen van portemonnees, maar ook bijvoorbeeld van armbanden en oorbellen die op klaarlichte dag van dames werden afgerukt.<sup>73</sup> Met name in de weken voor Sinterklaas werd regelmatig over zakkenrollers gerapporteerd en werden winkelende dames gewaarschuwd goed op hun portemonnee te letten, omdat ‘schunnige straatjongens, die daar met gluiperige oogen wangunstig naar de fraaie uitstallingen in de winkels (kijken, J. H. F.) en loerend door de dichte menigte wandelaars’ dringen om daar ‘brutaal en behendig’ hun slag te slaan.<sup>74</sup> Opvallend genoeg kozen journalisten niet altijd partij voor het winkelende damespubliek: ‘Heeft nu alleen de mode of heeft ook achteloosheid aan dit alles schuld?’<sup>75</sup> Straatroverij was natuurlijk niet goed te praten, maar winkelende vrouwen hoorden zich in de openbare ruimte toch ook niet al te ostentatief over te geven aan blinde winkelmanie.

67 NvdD, 25 februari 1886.

68 AH, 21 september 1894.

69 NvdD, 13 oktober 1894.

70 Jan Hein Furnée, ‘Beschaafd vertier. Standen, sekse en de ruimtelijke ontwikkeling van Den Haag, 1850-1890’, *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis* 27 (2001) 1-32, 26-31; Dennis Bos, *Waarachtige Volksvrienden. De vroege socialistische*

*beweging in Amsterdam 1848-1894* (Amsterdam 2001) 344-347.

71 AH, 13 mei 1890.

72 AH, 13 november 1883.

73 NvdD, 19 juli 1886.

74 AH, 5 december 1889 en 27 november 1896; *Javabode*, 7 januari 1897.

75 *De Gooi- en Eemlander*, 5 december 1896.

Behalve deze expliciet of impliciet door klassenconflict beladen obstakels werd de ruimtelijke bewegingsvrijheid van winkelende dames vooral door moreel en seksueel beladen hindernissen beperkt. In negentiende-eeuwse beschrijvingen van de Kalverstraat zien we keer op keer terug dat deze bekendste winkelstraat van Nederland op de drukste uren van de dag als onbetreedbaar terrein voor dames werd beschouwd. Het verdient echter enige nadruk dat niet alleen de meningen over de precieze tijdstippen verschilden, maar ook dat sommige tijdgenoten suggereerden dat dit ‘straatverbod’ uitsluitend gold voor jonge ongechaperonneerde dames, anderen voor *alle* ongechaperonneerde dames, en weer anderen voor *alle* dames *tout court*. Al in 1844 beschreef de *Physiologie van de Kalverstraat* hoe flanerende dames rond twee uur van het toneel verdwenen om plaats te maken voor prostituees en verdachte dienstmeisjes, die overigens ook ’s avonds het terrein onveilig maakten, met lege hoedendozen pretenderend dat ze hier gewoon aan het winkelen waren.<sup>76</sup> In 1875 zette *Amsterdam en de Amsterdammers* uiteen dat zich tussen 1 en 3 uur ‘geen fatsoenlijke dame zonder geleide van een heer’ in de Kalverstraat vertoonde, omdat de straat dan volstroomde met ‘dames van verdachte reputatie, aan wier houding en kleding men ’t kan bemerken dat ze tot de “demi monde” behoren’.<sup>77</sup> Martin Kalff bevestigde in 1875 dat ‘de meest geachte vertegenwoordigsters van het schoone geslacht’ zich uitsluitend op de Kalverstraat durfden te vertonen ‘op minder verdacht uur en onder behoorlijke geleide’.<sup>78</sup> In 1893 specificeerde Jan Simons in *Amsterdam in stukken en brokken* dat het rond drie ’s middags uur ‘naar de regelen der strenge Amsterdamse welvoegelijkheid [...] voor geen fatsoenlijke *jonge* dames (past, J. H. F.) op dat uur alleen door de Kalverstraat te wandelen’.<sup>79</sup> Vijf jaar later herhaalde een Indische krant dat er voor een ‘freuletje uit de Bocht of eenig *jong* mevrouwetje’ weinig anders opzat dan “shopping” in de stille morgenuren: ‘Want straks is het beurstijd en dan past het dames niet zich in de Kalverstraat te vertoonen’.<sup>80</sup>

Het opmerkelijke straatverbod voor winkelende dames om ’s middags de belangrijkste winkelstraat van Nederland te bezoeken heeft onder historici en historisch sociologen vooral enige bekendheid gekregen door de *Herinneringen* die Aletta Jacobs in 1924 publiceerde en die in 1979 door Abram de Swaan aan de vergetelheid werden ontrukkt:

76 *Physiologie van de Kalverstraat* (1844) 38-39, 59-61.

77 *Amsterdam en de Amsterdammers* (1875) 54.

78 M. Kalff, *Amsterdam in plaatjes en praatjes* (Amsterdam 1875) I, 213.

79 [J. Simons], *Amsterdam in stukken en brokken* (Amsterdam 1893) 19; E.C.vd M., *Het wetboek van mevrouw etiquette* in 28 artikelen (tweede druk; z.pl. 1896) 127 noemt de Kalverstraat vanaf 4 uur verboden terrein.

80 *De locomotief*, 20 juni 1898. Mijn cursiveringen in deze en vorige citaten.

Kunnen de honderden vrouwen die dagelijks de Kalverstraat passeeren, zich nu nog voorstellen dat veertig jaar geleden, die drukke winkelstraat van 12 tot 4 uur 's middags voor de 'fatsoenlijke' dames verboden terrein was? In die uren gingen de heeren naar en van de Beurs en 't waren alleen prostituées die zich in de omgeving van den Dam vertoonden en in de Kalverstraat flaneerden. Geen vrouw van onverdachte reputatie had in dat tijdsbestek zich in de Kalverstraat durven begeven. Zij wist immers van te voren dat zij zich bloot stelde aan onhebbelijkheden, dat haar gedrag gecritiseerd zou worden, zoo goed aan de bittertafel der heeren als op de naaikransjes van hare seksegenooten.

Moet ik nog zeggen, dat ik mij van den aanvang af aan deze usance niet heb gestoord? Dat ik mij het recht voorbehield op elk uur van den dag en zoo noodig ook op elk uur van den nacht, door de Kalverstraat te loopen? [...] Ik deed echter meer. Zoo dikwijls ik daartoe in de gelegenheid was, wekte ik den vrouwen op mijn voorbeeld te volgen. Op die manier toch zouden zij een einde kunnen maken aan den schandelijken toestand, dat midden op den dag en in het hart van de hoofdstad, niets meer of minder dan een publieke vrouwenmarkt werd gehouden. Het was onteerend voor de vrouw, en het bracht voor den man ontegenzeggelijk gevaren met zich. Daarom meende ik, dat alleen reeds uit zedelijkheidsoverwegingen, een zoo groot mogelijk aantal van haar die tot dusver de Kalverstraat in den namiddag hadden gemeden, zich er juist gedurende beurstijd dienden te vertoonen.<sup>81</sup>

De herinnering van Aletta Jacobs is meeslepend, maar verdient wel enige kanttekeningen. In de eerste plaats valt op dat zij in haar terugblik suggereert dat het officieuze straatverbod gold voor *alle* fatsoenlijke vrouwen, *zelfs* met mannelijke begeleiding. Op grond van de zojuist genoemde tijdgenoten en eerder aangehaalde citaten over de 'sloffenparade' tussen drie en zes uur kan Jacobs' ongekwalificeerde uitspraak gemoedelijk naar het rijk der fabelen worden verwezen. Dat geldt mogelijk ook voor haar suggestie dat zij in de jaren 1880 aan het hoofd stond van een falanx van feministes die demonstratief het recht opeisten om 's middags op de Kalverstraat te wandelen. Aletta Jacobs grossierde in dergelijke claims om haar voorhoedefunctie zo groot mogelijk voor te stellen, zoals Mineke Bosch en Inge de Wilde hebben aangetoond.<sup>82</sup>

81 Aletta H. Jacobs, *Herinneringen van Dr. Aletta H. Jacobs* (Amsterdam 1924) 70. Een van de eerste onderzoekers die dit citaat historisch probeerde te contextualiseren was A. de Swaan, 'Uitgaansbeperking en uitgaansangst. Over verschuiving van bevelshuishouding naar onderhandelingshuishouding', *De Gids* 142 (1979) 510-521.

82 Mineke Bosch, *Een onwrikbaar geloof in rechtvaardigheid. Aletta Jacobs, 1854-1929* (Amsterdam 2005); Inge de Wilde, *Nieuwe deelgenoten in de wetenschap. Vrouwelijke studenten en docenten aan de Rijksuniversiteit Groningen 1871-1919* (Assen 1998).



Interessant is dat Jacobs haar initiatief niet zozeer rechtvaardigde uit het streven om de ruimtelijke bewegingsvrijheid van winkelende dames te vergroten, maar zich primair richtte op de bestrijding van de prostitutie. Jacobs was zoals bekend niet de enige feministe die zich vanaf de jaren 1880 actief op de prostitutiebestrijding stortte. Voor winkelende vrouwen pakten deze feministische initiatieven mogelijk niet onverdeeld positief uit. In 1889 hield A.Th. Jonker van de Christelijke Vrouwenbond tot Verhooging van het Zedelijk Bewustzijn haar lezeressen een angstaanjagend beeld voor:

Op straat is de vrouw onveilig en blootgesteld aan de grofste behandeling der mannen. Jonge nietsdoeners en nietsnutters meenen het recht te hebben elk meisje op straat aan te spreken en aan te raken of zich op onbehoorlijke wijze tegenover haar te gedragen. Slechts zelden kan de vrouw daarbij rekenen op de hulp van het publiek, integendeel dit zal erom lachen en er schrik in hebben.<sup>83</sup>

In het voetspoor van Judith Walkowitz' beroemde studie over de morele paniek over prostitutie en seksueel geweld in laatnegentiende-eeuws Londen lijkt het goed denkbaar dat dergelijke alarmistische en dik aangezette feministische beschouwingen de onzekerheid van winkelende dames in de openbare ruimte eerder vergrootte dan verkleinde.<sup>84</sup>

Vanaf wanneer de Kalverstraat 's middags en 's avonds nu algemeen als 'veilig' terrein voor jonge ongechaperonneerde dames werd beschouwd is niet gemakkelijk vast te stellen. In 1891 suggereerde een chroniqueur dat 'de meeste dames' – mogelijk toch deels door de feministische campagnes tegen de prostitutie – tussen 2 en 4 uur inmiddels zonder problemen op de Kalverstraat en Nieuwendijk konden winkelen. Het probleem scheen inmiddels naar de vroege avond te zijn verplaatst, al leek ook daarin verbetering te komen:

Eene fatsoenlijke vrouw alleen loopt in die straat des avonds niet, wat jammer is, daar tot voor eenigen tijd vrouwen van zeker allooï des avonds de Kalverstraat tamelijk onveilig maakten. Gelukkig echter is in deze eene verandering gekomen en zal het niet lang meer duren of de vrouwen, die ook des avonds hare inkoop moeten doen, zullen de Kalverstraat niet meer vermijden.<sup>85</sup>

Dat de toenemende ruimtelijke bewegingsvrijheid van winkelende dames in de late negentiende eeuw samen op ging met – en zelfs grotendeels afhankelijk was van – de toegankelijkheid van koffiehuisen en andere inrichtingen voor de inwendige mens staat wel buiten kijf. Al in 1875 stelden tijdgenoten

83 Petra de Vries, *Kuisheid voor mannen, vrijheid voor vrouwen. De reglementering en bestrijding van prostitutie in Nederland 1850-1911* (Hilversum 1997)

84 Vergelijk Walkowitz, *City of Dreadful Delight*, hoofdstukken 3 en 4.

85 'Brieven uit de hoofdstad', LC, 9 maart 1891.

met enige verbazing vast dat fatsoenlijke vrouwen steeds vaker de vrijheid namen om tijdens het winkelen 's avonds een koffiehuis te bezoeken. 'Dames in koffiehuisen?' vraagt een fictieve Indische oudgast in *Amsterdam en de Amsterdammers*: 'Nu steekt gij er den draak mede. Of 't moeten vreemdelingen zijn'. 'Dat zult ge anders zien', zegt zijn gespreksgenoot, 'wanneer ge vanavond maar eens door de Kalverstraat wilt komen. 't Is echter nog niet zoo lang in zwang en een der gevolgen van de emancipatie der vrouw'.<sup>86</sup> Een derde valt hem dadelijk bij: 'Waarom zouden de dames niet in de koffiehuisen mogen komen?' Hij vond alleen dat dames wel dienden worden te gechapperonneerd, want anders 'zou men gevaar lopen van de "demi monde" te krijgen, en daarmee zou de reputatie van het koffiehuis gedaan zijn en geen fatsoenlijke dame zou er meer een voet durven zetten'.<sup>87</sup> In 1888 constateerde een oudgast dat de nieuwe trend inmiddels ook het bekende Café Polen had bereikt: 'Er komen tegenwoordig ook dames'. Maar in één adem bevestigde hij dat het koffiehuis een traditioneel mannenbolwerk bleef waar mannen gretig hun blikken laten vallen op 'de femme volage, die om dien tijd hier flaneert en, met de meeste vrijmoedigheid door Polen's glazen gluurt, zoekende, wie zij zouden mogen aanvallen'.<sup>88</sup>

Geen wonder dat de meeste fatsoenlijke vrouwen tijdens het winkelen de meeste koffiehuisen met enige argwaan beschouwden en liever hun toevlucht namen tot de nieuwe grand cafés en restaurants als De Port van Cleve en Krasnapolsky, die zich rond 1880 expliciet als veilige haven voor fatsoenlijke vrouwen presenteerden. Hier trof men volgens een journalist 'niets wat ook maar zweemt naar de plaatsen der ongebondenheid, waarvan haar verbeelding haar zoo vaak de akeligste tafereelen heeft opgehangen'. Vrouwelijke bezoekers konden hier zonder angst vertoeven, in de zekerheid 'bij vele vrouwen, die evenals zij zich binnen deze wanden gewaagd hebben, welhaast dezelfde gerustheid en kalmte' te herkennen.<sup>89</sup> De opvallende bloei van confiseurswinkels en melksalons suggereert bovendien dat veel vrouwen de uitdrukkelijk als vrouwelijk gepresenteerde inrichtingen prefereerden om tijdens het winkelen een consumptie te nuttigen. 'De melksalons, vooral in de Kalverstraat, worden langzamerhand de sociëteiten der dames', zo beweerde een chroniqueur in 1891. Twee jaar later stelde de genoemde 'Fanny' in haar

86 *Amsterdam en de Amsterdammers* (Deventer 1875) 32-34. Dezelfde expliciete link tussen koffiehuisbezoek en vrouwenemancipatie werd eind jaren ook gelegd door de Haagse chroniqueur Johan Gram ten aanzien van het luxe Café Riche in de Haagse passage: 'De emancipatie der Haagse vrouw, hare toetreding tot het koffiehuisleven althans, had hier plaats'. Zie: Furnée, 'Om te winkelen', 46-49.

87 *Amsterdam en de Amsterdammers*, 34.

88 'Brieven uit Nederland', *Soerabajasch Handelsblad*, 24 maart 1888.

89 'Bij Kras', *Eigen Haard* (1884) 405-407 en 417-420, 418. Voor Den Haag zie: Jan Hein Furnée, 'De gemakkelijke stad. De opkomst van het grand café in Den Haag in de jaren 1880', in: M. Dings (ed.), *De stad* (Rotterdam 2006) 203-217.

‘Damespraatjes’ met genoeg vast dat in Amsterdam eindelijk een theesalon zou worden ingericht, al kon het aantal luxe confiseurswinkels nog wel wat worden verhoogd: ‘Ik vind ’t flaneeren heel prettig in Amsterdam, doch ik vind ’t jammer dat taartjes eten hier geen mode is. Dat is in Den Haag zulk gezellig tijdverdrijf’.<sup>90</sup>

Dat de (on)toegankelijkheid van horeca-inrichtingen voor diverse fatsoenlijke vrouwen daadwerkelijk een cruciale actuele kwestie was, blijkt het meest sprekend uit een lange ingezonden brief van een zekere ‘Nelly’ – mogelijk de feministe Nelly van Kol – die in 1885 in het *Algemeen Handelsblad* verscheen en als titel niet minder dan ‘De slavernij der vrouw’ had meegekregen:

Wees zoo goed mij eens in te lichten, waar en hoe een gehuwde dame van onbesproken gedrag, behoorende tot de deftige kringen, in Amsterdam, zonder geleide, evenals de heeren der schepping een biefstukje of middagmaal kan gebruiken, zonder aanstoot te geven of te ontvangen? [...] Voor zoover mij bekend, blijft aan een dame geen ander toevluchtsoord over dan de banketbakkerswinkel, maar al aannemende, dat die inrichtingen meer cachet aanbieden dan Riche, Kras of andere restauraties, wat nog volstrekt geen uitgemaakte zaak is, dan blijft toch het bezwaar dat eene dame niet den geheelen dag op wat ‘snoep’ en een likeurtje kan teren en wel wat krachtiger voedsel behoeft, wil zij met lust en opgewektheid de zware taak torschen die aan dames bij het ‘winkelen’ dikwijls is opgelegd.<sup>91</sup>

Naast de confiseurswinkels, melksalons en tearooms was het hoog tijd, zo betoogde Nelly, dat er in Amsterdam drie of vier restaurants zouden zijn waar dames uit de hogere standen, desnoods in aparte en rookvrije ruimtes, zouden kunnen lunchen ‘zonder dat iemand daaraan aanstoot kan vinden’. Naar eigen zeggen was ze al ‘meermalen’ van plan geweest om ‘eenvoudig, evenals mijn heer gemaal doet’ een vooraanstaand restaurant binnen te stappen, maar altijd was zij tegengehouden door het ‘ellendige rooken’ en door het ‘qu’en dira-t-on?’ Met dezelfde strijdbaarheid als Aletta Jacobs ten aanzien van de prostituees op de Kalverstraat had getoond, sloot ze haar oproep af met een vlammend betoog dat de uitgaansbeperkingen van vrouwen uit de hoogste standen krachtig aan de kaak stelde:

<sup>90</sup> ‘Damespraatjes’, *Javabode*, 29 november 1893.

<sup>91</sup> AH, 4 augustus 1885. Het is bekend dat Nelly van Kol, in 1885/1886 op verlof in Europa, regelmatig als ‘Nelly’ publiceerde.  
[Http://resources.huygens.knaw.nl/bwn1880-2000/lemmata/bwn3/porreij](http://resources.huygens.knaw.nl/bwn1880-2000/lemmata/bwn3/porreij). Met dank aan de redactie.

Als ik maar zeker wist, dat mijn voorbeeld navolging vond, zou ik gaarne de eerste zijn om mij los te breken uit het bespottelijk keurslijf van vooroordeelen, waarin wij vrouwen, als onmondige kinderen, gegeren zijn. En dit geldt niet alléén de gehuwde vrouw. Ook onze dochters, wanneer zij niet het voorrecht hebben bemiddelde ouders te bezitten die er 'promeneuses' op na kunnen houden, zijn veelal veroordeeld om tehuis te blijven, als papa of broer geen lust gevoelen ze te vergezellen. Is de demoralisatie dan zóó algemeen, dat geene beschaafde dame of meisje van goeden huize onvergezeld zich in het publiek zou durven wagen? Ik betwijfel het en heb te goeden dunk van ons heerenpubliek om niet te durven hopen, dat ongepaste bejegeningen van onvergezeldes dames, die daartoe geene aanleiding geven, zulk een storm van verontwaardiging zou opwekken, dat dergelijke zaken spoedig tot de zéér groote uitzonderingen zouden behooren. Daarom, Mijnheer de Redacteur, toe, breek eens een lans voor uwe ongelukkige zusters en wek eens op tot vrijmaking van ons geslacht, door het bewustzijn te kweeken dat de beschaving van een land veilig kan worden afgemeten naar de mate van gepaste vrijheid die de vrouw er geniet.<sup>92</sup>

Het zal duidelijk zijn: voor deftige vrouwen als 'Nelly' vormde het winkelen en het daarmee verbonden bezoek aan horeca-inrichtingen een belangrijke aanleiding en middel om zich – zij het met hulp van mannelijke journalisten – bewust en expliciet te bevrijden van de drukkende uitgaansbeperkingen die hen in de publieke ruimte waren opgelegd.

### **Morele paniek en kritiek**

Maar voordat het zo ver was moesten ook andere obstakels worden overwonnen. Behalve door praktische hindernissen en voortdurende onzekerheid over de grenzen van de zedelijke welvoegelijkheid, werden vrouwen uit de gegoede standen ook door andere factoren en discoursen in hun winkelplezier belemmerd. In omringende landen als Engeland, Frankrijk en Duitsland maakten journalisten, politici, geestelijken, rechters, wetenschappers zich eind negentiende eeuw in toenemende mate zorgen dat vooral de warenhuizen een excessieve kooplust bij vrouwen opwekten die henzelf, hun gezin en zelfs de hele maatschappij te gronde dreigde te richten. Vooral rond 1880 was daar een aanhoudende golf van morele paniek over dames uit de gegoede standen die door onbekommerd winkelen op krediet van hun man hun gezin op de rand van het faillissement brachten of zelfs een ziekelijke

neiging ontwikkelden tot kleptomanie.<sup>93</sup> In Nederland was, voor zover op basis van kranten valt op te maken, van een dergelijk breed uitgemeten morele paniek of systematisch discours tegen winkelende vrouwen geen sprake. Toch werden sommige winkelende vrouwen ook hier wel degelijk door journalisten en opgewonden burgers aan het twijfelen gebracht over de legitimiteit van hun enthousiaste winkelgenot.

Een van de meer traditionele argumenten die af en toe tegen het winkelen werd ingebracht, was dat vrouwen uit met name de middenstanden door overmatige drang naar de laatste modes de status en het geluk van hun gezin en zelfs de stabiliteit van de standensamenleving in gevaar brachten. Zo klaagde een Amsterdamse burger in 1863 in een lange ingezonden brief dat de Kalverstraat en Nieuwendijk op mooie dagen bevolkt waren door talloze winkelende dames uit de middenstanden die ‘boven hun stand gaan, die door de zucht, om de meer gegoeden te evenaren, ja zelfs dikwijls te overtreffen, aan hun toilet meer ten koste leggen dan zij volgens hunne inkomsten kunnen en mogen doen’:

Dikwijls wanneer ik bij schoon weder door den Nieuwendijk of de Kalverstraat ging, en die straten als bevolkt zag door zoo vele dames, die zich het parool schenen gegeven te hebben om daar de eene nog prachtiger dan de andere te verschijnen, heb ik mij verwonderd daaronder zoo veele burgervrouwen te ontmoeten en dan kwam wel eens de vraag bij mij op: ‘Wie zou het huishouden nu wel bestieren? of wel, wie de kinderen verzorgen? of eindelijk, wie voor het middagmaal zorg dragen, opdat de man, na volbragten arbeid, zijne krachten kan herstellen?’ [...] Hoe vaak gebeurt het niet dat de man te huis komende er zijne vrouw niet aantreft, de huishouding aan eene meid overgelaten, zijne kinderen verwaarloosd ziet, en zich dan slechts haast om weder heen te gaan en zijn verdriet daarover door andere middelen te verdooven.<sup>94</sup>

Dat vrouwen uit de hogere standen op de Amsterdamse winkelstraten rijkelijk hun geld besteedden vond deze anonieme auteur geen enkel probleem, omdat zij daarmee vele modemaaksters en winkeliers een inkomen verschaften. Maar ‘de ongelukkige zucht om meer te willen schijnen dan men is’ en de ‘misselijke mode-manie, die van onze schoonste meisjes wandelende modepoppen’

93 Zie bijvoorbeeld Tiersten, *Marianne in the Market*, 55-86; Rappaport, *Shopping for Pleasure*; W.G. Breckman, ‘Disciplining Consumption: The Debate about Luxury in Wilhelmine Germany, 1890-1914’, *Journal of Social History* 24 (1991) 485-505; Elaine S. Abelson, *When Ladies*

*Go A-Thieving: Middle-Class Shoplifters in the Victorian Department Store* (Oxford 1989); T. Whitlock, *Crime, Gender and Consumer Culture in Nineteenth-Century England* (Aldershot 2005).

94 *Ibidem*.

maakte, bedreigde in zijn ogen het fundament van menig burgergezin en meer in het algemeen de standenmaatschappij.<sup>95</sup>

Afgezien van deze incidentele kritiek op de mode en sociale mobiliteit, die in een lange traditie stond, werd de gewoonte dat gehuwde vrouwen naar hartenlust winkelden op het krediet van hun man ook op een andere, meer confronterende manier geproblematiseerd. Met name vanaf de jaren 1870 verschenen in Amsterdamse kranten met enige regelmaat advertenties waarin mannen de lokale middenstand publiekelijk verzochten om hun echtgenote geen krediet te verlenen bij de aanschaf van luxe hebbedingetjes, onder de waarschuwing dat zij dit krediet niet zouden voldoen. Dit soort advertenties werd door mannen uit uiteenlopende standen gepubliceerd: door de souffleur van de Salon des Variétés, maar ook door een suikerfabrikant en een oud-magistraat te Semarang mr. P.J. Hoijer, wiens vrouw in Amsterdam teveel de bloemetjes bleek buiten te zetten.<sup>96</sup> De advertenties leidden soms tot onaangename misverstanden, zoals toen de tapper Sachteleben in de krant opriep zijn vrouw geen krediet te verlenen en de gelijknamige meubelmaker Sachteleben per advertentie bekend moest maken dat het niet om zijn vrouw ging.<sup>97</sup> Of dames altijd uitsluitend vanwege hun koopziekte aan de ketting werden gelegd is overigens sterk de vraag. Een van de vrouwen die door haar man publiek was aangeklaagd sloeg bijvoorbeeld terug door in een eigen advertentie te verklaren 'dat zij geen krediet van wien ooit heeft behoeft [...] en dat de vrijwillige verwijdering van haar man is toe te schrijven aan andere oorzaken niet geschikt om publiek te vermelden'.<sup>98</sup> Bovendien richtte dit soort advertenties zich ook niet exclusief op koopzieke echtgenotes: er waren soms ook moeders die opriepen hun minderjarige zoons geen krediet te verlenen.<sup>99</sup> In Engeland en Frankrijk stonden in de kranten breed uitgemeten rechtszaken van winkeliers tegen mannen die weigerden om het aan hun vrouw verleende krediet te betalen, vaak gepaard met de kritiek dat winkeliers er doelbewust op uit waren om irrationele vrouwen tot onmatige consumptie te verleiden.<sup>100</sup> In Nederland, waar kranten sowieso veel minder uitgebreide rechtbankverslagen publiceerden, is een dergelijk discours niet of nauwelijks te vinden.

Dat geldt ook voor de morele paniek over de kleptomanie. Het Amsterdamse publiek kon vanaf 1880 geregeld in de dagbladen lezen over

95 *Amsterdamsch handels- en effectenblad*, 10 november 1863. Zie uitgebreider over het mode-discours: Delhay, *Door consumptie tot individu*.

96 Respectievelijk: AH, 5 april 1874, 20 mei 1892 en 15 december 1876. Zie ook: AH, 7 september 1870, 17 maart 1875, 9 november 1877, 24 juni 1878, 7 januari 1882, 20 december 1882, 19 januari 1883, 9 november 1890, 7 augustus 1898, 25 juni 1906, 19 mei 1909.

97 AH, 4 en 17 januari 1875.

98 AH, 13 juni 1871; zie voor vergelijkbare scheidingszaken AH, 21 juni 1879 en 15 september 1879.

99 AH, 3 januari 1875, 21 februari 1876, 11 april 1876.

100 AH, 19 september 1902; Rappaport, *Shopping for Pleasure*, hoofdstuk 2, 48-73.

buitenlandse dames uit de burgerij die door de verleidelijke uitstalling van Parijse, Londense, Berlijnse of New Yorkse warenhuizen een ziekelijke neiging zouden hebben ontwikkeld om kleine bagatellen te stelen die ze heel goed zelf konden betalen. In uitvoerige artikelen legden de journalisten steeds opnieuw uit dat het hier een nieuw ziekteverschijnsel betrof waar bijna uitsluitend vrouwen aan leden en waar buitenlandse doctoren en psychiaters inmiddels, ook in opdracht van vooraanstaande warenhuizen, lijvige proefschriften aan hadden gewijd.<sup>101</sup> Maar in Nederland leek dit weinig voor te komen. Slechts incidenteel rapporteerden kranten dat bijvoorbeeld 'een dame uit den beschaafden stand, met glacé handschoenen aan, gekleed in bont en zijde' uit de Franse Bazaar op de Nieuwendijk voor 157 gulden aan artikelen had onttreemd en, eenmaal voor de rechter gedaagd, door haar advocaat werd verdedigd dat ze tijdelijk ontoerekeningsvatbaar was geweest.<sup>102</sup> Een 'vrij knap uitziende vrouw van middelbare leeftijd', die in de schoenenwinkel van Meddens in de Kalverstraat twee dozen met schoenen had onttreemd, had voor de rechter verklaard 'dat ze niet wist in haar hoofd wat ze deed' en 't was alsof er iemand tot haar zei 'je moet die schoenen wegnemen'.<sup>103</sup> Het aantal berichten over Amsterdamse kleptomanes is al bij al zo gering dat we hier geenszins kunnen spreken van een morele paniek die, zoals in het buitenland het geval was, het winkelgenot van Amsterdamse dames wezenlijk belemmerde.

Een grotere morele belemmering om zich ongeremd over te geven aan de geneugten van het winkelen vormde daarentegen de schrijnende sociale tegenstelling tussen de vrolijk winkelende dames en de haveloze arbeiders en bedeeden die zij op hun flaneertocht ontmoetten. Net als in Engeland en Frankrijk bekritiseerden met name dominees vrij geregeld de winkeliers die met hun fraaie winkeluitstallingen 'de natuurlijke begeerlijkheid van den mensch te sterk prikkelen', zoals dominee Van Koetsveld al in 1868 schreef, en daarmee de natuurlijke compassie van dames uit de gegoede burgerij voor de minderbedeelde dreigde te ondergraven:

Ik vind 't toch geen onverdeeld genot dat arme kinderen smaken op den stoep van een suikerbakker, of haveloos gekleede meisjes, door elegante dames opzij geschoven voor een prachtige modewinkel.<sup>104</sup>

101 Zie onder andere NvdD, 8 oktober 1890; *De Amsterdammer*, 18 oktober 1896; AH, 4 januari 1901; *Nieuwsblad van het Noorden*, 24 april 1904 en 26 februari 1905; AH, 25 januari 1905; LC, 28 maart 1907.

102 AH, 15 maart 1894.

103 *Nieuwsblad van het Noorden*, 28 juli 1904.

104 C.E. van Koetsveld, *Ideaal en werkelijkheid* (Schoonhoven 1868) 2.



Het is nauwelijks na te gaan of winkelende vrouwen door de aanblik van arme kinderen en haveloos geklede meisjes daadwerkelijk geremd werden in hun uithuizige plezier. Dit gevoel van belemmering deed zich in de jaren 1890 wel duidelijk voor toen veel vrouwen uit de betere standen zich plotseling solidair verklaarden met het vrouwelijke winkelpersoneel, die, zoals pijnlijk duidelijk bleek uit de arbeidsenquête van 1888, niet alleen van 9 uur 's ochtends tot vaak 10 uur 's avonds bijna zonder pauze moesten werken, maar al die uren ook achter de toonbank moesten blijven *staan*. In 1893 deed Cornélie Huijgens een activistische rondtocht langs Amsterdamse winkeliers om hen ter verantwoording te roepen voor hun slechte werkgeverschap. 'Het gevoel van iedere waarachtig beschaafde vrouw', zo schreef ze in haar uitgebreide verslag in het *Sociaal Weekblad*, werd immers

[...] beledigd, bij het zien, op drukke voorjaars- en najaarsmiddagen, van al die rusteloos heen en weer rennende [...] menselijke verkoop-werktuigen, zonder rustplaats, aan den eenen kant – en de vele stoelen voor het goed uitgerust, elegant gekleed, den tijd met winkelen zoek-brengend damespubliek aan den anderen kant van de toonbank.

Een 'schrille tegenstelling', zo betoogde ze, die 'voor den denkenden mensch het leven tot een voortdurende moreele kwelling kunnen maken'.<sup>105</sup>

## Besluit

Magazijn De Bijenkorf, begonnen als kleine manufacturenwinkel op de Nieuwendijk, had in maart 1913 een mooie deal gesloten met de organisatrices van de tentoonstelling 'De Vrouw'. Het inmiddels spectaculair gegroeide miljoenenbedrijf verklaarde zich bereid om op de bouwschuttingen op het oude beursterrein aan de Dam, waar in 1914 het kolossale warenhuis zou worden voltooid, van april tot juni grote kleurige reclame-affiches aan te plakken, met daarboven en beneden de van grote afstand leesbare tekst: 'Tentoonstelling de Vrouw, 1813-1913. Te bereiken met lijn 3, 4 5 en 8'. Als tegenprestatie vroeg de directie van De Bijenkorf naar eigen zeggen een 'zeer bescheiden plaatsje' in het programmaboekje, namelijk een tweeregelige

<sup>105</sup> *Telegraaf*, 23 juli 1893; *De Tijd*, 25 juli 1893; S.P. Benson, *Counter Culture: Saleswomen, Managers, and Customers in American Department Stores, 1890-1940* (Urbana 1986); K.K. Sklar, 'The Consumers' White Label Campaign of the National Consumers' League, 1898-1918', in: S.

Strasser, C. McGovern en M. Judt (eds.), *Getting and Spending: European and American Consumer Societies in the Twentieth Century* (Cambridge 1988); M. Daunton en M. Hilton (eds.), *The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America* (Oxford 2001).

annonce van 1 cm hoogte onderaan elke (!) pagina.<sup>106</sup> De win-win-situatie voor De Bijenkorf was evident. Naar het voorbeeld van het vier jaar eerdere geopende Londens warenhuis Selfridge's, dat de Engelse suffragettes behendig in de armen had gesloten<sup>107</sup>, verschaft De Bijenkorf zijn toekomstige winkelpaleis op het Damrak nadrukkelijk het imago van een vrouwvriendelijk en bovenal progressief warenhuis dat de idealen van de moderne vrouwenbeweging krachtig wenste te onderschrijven. Tegelijkertijd werden de tienduizenden bezoekers die met een programmaboekje rondkuierden op de tentoonstelling voortdurend aangespoord om alle afdelingen van de feministische tentoonstelling – van kleding, huisinrichting tot sport en onderwijs – met de even uiteenlopende afdelingen van De Bijenkorf te associëren.<sup>108</sup> Winkelplezier en vrouwenemancipatie, zo was de suggestie, gingen vanzelfsprekend hand in hand.

Kunnen we de toenemende uithuizigheid van winkelende vrouwen uit de gegoede standen in Amsterdam in de periode 1863-1913 daadwerkelijk als een vorm van vrouwenemancipatie beschouwen? Aan de politieke en economische emancipatie van vrouwen droeg het moderne winkelgenot nauwelijks bij. Doordat vrouwen in hun rol als winkelende consument werden bevestigd in een passieve rol tegenover producenten, in een overwegend a-politieke publieke sfeer, leek het winkelen – alle slimme marketing van De Bijenkorf ten spijt – hun politieke en economische emancipatie zelfs eerder te doorkruisen dan te bevorderen. Meer dan tot nog toe verondersteld werden vrouwen ook in Nederland door allerlei morele bezwaren en discoursen in hun winkelgenot belemmerd, terwijl de welbedeelde pogingen om de publieke ruimte toegankelijker te maken voor vrouwen tegelijk de traditionele stereotypen van vrouwen als kwetsbare en hulpbehoevende wezens meer bevestigden dan ontkrachtten. Anderzijds: de gedachte dat de toenemende ruimtelijke bewegingsvrijheid en zichtbaarheid van 'fatsoenlijke' vrouwen in laatnegentiende-eeuwse winkelstraten en koffiehuisen wel degelijk als een vorm van emancipatie valt te beschouwen – gestimuleerd door winkeliers en deels aangemoedigd door journalisten – vindt juist steviger grond, nu blijkt dat sommige vrouwen hun recht om ongestoord te winkelen en restaurants te bezoeken ook zelf expliciet in een discours van 'bevrijding' presenteerden.

Ergens in de jaren rond de tentoonstelling 'De Vrouw' was de ruimtelijke bewegingsvrijheid voor vrouwen om te winkelen min of meer een vanzelfsprekendheid geworden. In 1924 suggereerde Aletta Jacobs althans dat winkelende dames zich vast niet meer zouden kunnen voorstellen dat

106 SAA, Archief 'De Vrouw', inv. nr. 48, Correspondentie met nv Magazijn De Bijenkorf, 7 maart 1913 en 10 maart 1913; *ibidem*, inv. nr. 51, Correspondentie met nv Magazijn De Bijenkorf, 15 maart 1913.

107 Rappaport, *Shopping for Pleasure*, hoofdstuk 5, 142-177.

108 Boissevain, *Catalogus*.

de Kalverstraat veertig jaar eerder 's middags een onbetreedbaar terrein voor hen was geweest. Of hiermee 'de' emancipatie van vrouwen in algemene zin vooruit werd geholpen blijkt echter moeilijk, eigenlijk onmogelijk te beantwoorden. 'Gender is als marker van verschil en ongelijkheid veel te flexibel (en tegelijkertijd veerkrachtig en 'koppig') om in dat soort lineaire narratieven te worden gevat', zo merkte Henk de Smaele in dit verband onlangs zeer terecht op.<sup>109</sup> De impact van het winkelen op de emancipatie van vrouwen te willen uitdrukken in een netto balans van winst en verlies lijkt zo langzamerhand steeds minder vruchtbaar. Interessanter wordt het om dieper inzicht te krijgen in de manier waarop de praktijk van en het discours over het winkelen vrouwen uit verschillende klassen juist in verschillende perioden, locaties en contexten uiteenlopende, soms tegenstrijdige kansen bood en belemmeringen opwierp om zich, zoals Nelly het zo treffend verwoordde, los te breken uit het keurslijf van vooroordelen waarin zij geregen waren. ◀

**Jan Hein Furnée** (1972) is universitair docent Cultuur- en mentaliteitsgeschiedenis na 1750 aan de Universiteit van Amsterdam en deeltijdhoogleraar Geschiedenis aan de Open Universiteit. Zijn onderzoek richt zich op vrijetijdscultuur, consumptiecultuur, stands- en sekseverhoudingen en cultuurbeleid in negentiende-eeuwse steden in Nederland en West-Europa. Hij is hoofdredacteur van *Stadsgeschiedenis*, redacteur van *De Negentiende Eeuw* en van *Geschiedenis Magazine*, evenals secretaris van de European Association for Urban History en coördinator van het Amsterdam Centre for Urban History. Recent publicaties: Peter Borsay en Jan Hein Furnée (eds.), *Leisure Cultures in Urban Europe: A Transnational Perspective* (Manchester 2015); Jan Hein Furnée en Clé Lesger (eds.), *The Landscape of Consumption: Shopping Streets and Shopping Cultures in Western Europe, c. 1600-1900* (Houndmills 2014); Jan Hein Furnée, *Plaatsen van beschaafd vertier. Standsbesef en stedelijke cultuur in Den Haag* (Amsterdam 2012). E-mail: w.j.h.furnee@uva.nl.

109 Henk de Smaele, 'Sociëteiten, seksen en sferen', *BMGN-Low Countries Historical Review* 129:3 (2014) 83-92; Vergelijk Jan Hein Furnée, 'Inzicht door onderdompeling. Een reactie op Bart van de Putte, Henk de Smaele en Dirk Jan Wolffram', *ibidem*, 101-111.